



المحرر

مما تعلّمت

# لا يكفي أن تكون صحفياً

الصحفي الجيد مثل العازف الجيد، عليه أن يعرف أين يضع إصبعه.

---

بقلم رشاد عبد القادر · ١١ حزيران ٢٠٢٠ · قراءة في ٥ دقائق

«لقد تغيرت الأجوبة.»

صعود معيار عدد الزيارات للمواقع الإلكترونية وسقوطه

في أحد أيام عام 1942 ناول ألبرت آينشتاين أوراق الامتحان إلى طلابه في جامعة أكسفورد، وبينما كان يسير نظر إليه مساعده وسأله باستغراب:

– «دكتور آينشتاين، أليست أسئلة الامتحان التي ناولتها لطلابك قبل قليل هي ذاتها أسئلة امتحان السنة الماضية؟»

– «نعم، نعم، هي ذاتها بالضبط»، أجاب آينشتاين.

– «لكن دكتور آينشتاين، كيف تفعل ذلك!»، قال المساعد.

– «حسناً»، أوماً آينشتاين برأسه «لقد تغيرت الأجوبة.»

خطرت ببالي هذه القصة عندما تذكرت النقاش المثير، والطويل، الذي خضته قبل نحو سنة مع زملاء لي حول جدوى أحد أشهر المقاييس استخداماً في المواقع الإلكترونية؛ وهو عدد القراءات أو ما يُعرف بال-Pageviews.

فمنذ إطلاق جوجل أناليتيكس في نوفمبر 2005، بات هذا ال-Pageview مقياساً أساسياً لأداء المواقع الإلكترونية التي كانت تبحث عن قراءات أكثر لتحقيق أرباحاً إعلانية أكبر. النتائج كانت مدمرة. فقد نشأت مزارع المحتوى Content Farm التي كانت «تفترخ» المقالات مثل مزارع الدجاج، وتراجعت النوعية ليحل محلها ال-Clickbait أو المحتوى المضلل، وباتت الحاجة إلى الصحفيين الحقيقيين في أدنى مستوياتها طالما أن أي شخص يمتلك مهارة النسخ واللصق قادر على القيام بالمهمة، ووجدت جوجل نفسها في ظل 3.5 مليار عملية بحث يومياً تصرف أموالاً طائلة (7 مليارات في عام 2013) على خوادم تضم كمّاً هائلاً من المحتوى الذي لا يضيف قيمة عند القراءة.

بعد 15 سنة من عمر جوجل أناليتيكس لا يزال السؤال الأساسي لدى المواقع الإلكترونية هو ذاته: كيف نحقق الأرباح؟ لكن الإجابة، حسناً، لم تعد هي بالضبط؛ لقد تغيرت.

في عام 2017 حدث شيء غريب. انطلقت حركة عالمية تحت اسم #MeToo بعد أن نشرت نيويورك تايمز ونيويورك هارفي وينشتاين الذي استغل منصبه لإقامة علاقات جنسية مع ممثلات شهيرات، وحازت القصة حينها على جائزة بوليتزر، لكن لدى البحث عن هذه القصة على محرك جوجل كان يظهر في المرتبة الأولى تقرير شارح نشرته بي بي سي. لم يكن الأمر منطقياً.

منذ ذلك الحين، وحتى اليوم، تغيرت خوارزميات جوجل كثيراً، إذ أضافت معايير النوعية والفراة والأصالة على سلم الأولويات. وتغير معها جوجل أناليتيكس وسلوك القراء على الإنترنت، وتغيرت المواقع العالمية أيضاً. لكن المواقع العربية الكبرى ظلت أسيرة عدد القراءات، فإجابته على السؤال القديم هي ذاتها الإجابة القديمة، إلا أنها أضافت ثنائية جديدة ليصبح فك الأسر شبه مستحيل: فأما الانتشار (Pageviews) أو التأثير (Quality)!

وكان آخر تحديث كبير على جوجل أناليتيكس قبل نحو أسبوعين عندما أعلنت باقة جديدة من التغييرات تركز فيها على «التجربة الإيجابية» التي تمنحها المواقع لقراءها، وليس عدد القراءات التي يمنحها القارئ للموقع.

وبذلك بات ال-User Experience في مركز الاهتمام.

أدركت المواقع العالمية باكراً هذا الأمر، وغيرت استراتيجياتها منذ سنوات، والآن تقطف الثمار إذا عُلِّمَتْ أن الغارديان مثلاً وصلت إلى 2.17 مليار قراءة في فبراير الماضي، ومثلها تقريباً نيويورك تايمز (1.2 مليار) وواشنطن بوست وفايننشال تايمز وول ستريت جورنال، رغم أن هذه الصحف، ما عدا الغارديان، تعتمد استراتيجية الخدمة المدفوعة، وليس عائدات الإعلانات من عدد القراءات المجانية. بينما متوسط المواقع العربية الإخبارية (وليست الترفيهية) تصل إلى نحو 50 مليون قراءة.

كيف فعلت هذه المواقع ذلك؟

لقد استثمرت في القارئ، واكتشفت العادات Habits والأنماط patterns التي تتحكم في سلوكه، وكان هذا جوابها الجديد على السؤال القديم.

الأمر ليس سهلاً كما قد يبدو لأول وهلة. فمعظم المنصات التي تحلل بيانات المستخدمين؛ مثل جوجل أناليتيكس، و«تشارت بيت» و«بارسلي» وغيرها الكثير، تقدم في الواقع هذه البيانات مجردة من سياقها الفعلي. ونادراً ما يستطيع القارئ على المواقع الإلكترونية تحويل هذه الأرقام إلى خطوات عملية. فهي تعطي مؤشرات عامة على الأداء، لكنها لا تشرح ما الذي يجري عند القارئ؛ تبين أي مادة حازت على قراءات أكثر، لكنها لا توضح لماذا حازت على هذه القراءات. فكيف وصل القارئ إلى هذه المادة؟ وما الذي لفت انتباهه؟ هل هي الصياغة أم الصورة أو ربما توقيت النشر، لعلّ العنوان؟ كل هذه الأسئلة وغيرها الكثير، يحاول الصحفي الإجابة عليها بحدسه؛ فيصيب مرة ويخيب مرات.

لم تكن علاقتي جيدة يوماً مع الأرقام. وأحسب أن معظم الصحفيين مثلي. فأتى لنا أن نستطعم ذلك المعنى المتعالي / الصوفي / الكوني فيها؛ نحن الذين هربنا من الرياضيات والفيزياء والهندسة والجبر إلى دراسة الفروع الأدبية. لكن الأرقام متعالية transcendental، لا يُفهم معناها إلا بعمل زوم آوت ومشاهدة تلك الخيوط التي تربط فيما بينها. وهذا ما يفعله بالضبط محللو البيانات، وعلماء الرياضيات طبعاً.

قبل نحو 800 عام، نشر الإيطالي ليوناردو فيبوناتشي كتاباً أسماه «ليبر أباشي» (كتاب الحساب) مستلهماً الأرقام العربية التي تعرّف إليها في مدينة «بجاية» الجزائرية حيث كان لوالده تجارة هناك. وأورد فيها متتالية عرفت فيما بعد بـ«متتالية فيبوناتشي» حيث إن كل حد في هذه المتتالية هي مجموع الحدين السابقين: 1-1-2-3-5-8-13-21..... استخدمت هذه المتتالية فيما بعد في الأسواق المالية وخوارزميات الكمبيوتر، وحتى في العلوم البيولوجية، فمثلاً الزهور جميعها تتبع هذه المتتالية في عدد أوراقها، لا تجد زهرة بـ 4 أو 6 أو 9 أوراق مثلاً، والكثير من الأشياء الأخرى في كوننا الفسيح. ويكاد المرء يقف صامتاً في حضرة ذلك الهارموني الذي تتحرك فيه أسراب الطيور أو الأسماك، أو تلك الإضاءة المتناغمة التي تطلقها عشرات آلاف حشرات البراع من بطونها في إيقاع كوني متعالٍ صوفي تضاهي بجمالها لوحات فان كوخ ورنوار ومونيه. حسناً، لقد وجد العلماء أن كل ذلك يسير بحسب أنماط ومعادلات رياضية، من حركة الذرات إلى تشكل المجرات. فمقي تعلمت كل هذه المخلوقات الكونية الرياضيات!

في الواقع، نحن أيضاً كمستخدمي الإنترنت، لدينا هذه الأنماط، وهذه

الذي أطلقته فايننشال تايمز للاحتفاظ بالمشاركين لأطول فترة زمنية ممكنة، وغيرها من المشاريع التي أطلقتها واشنطن بوست والغارديان على مدار السنوات الماضية، وكان لها مفعول السحر في أعداد المشاهدات التي ذكرناها سابقاً.

وأولئك الذين يعزفون على إحدى الآلات الموسيقية، يعلمون تلك المساحات المحسوبة بدقة هندسية متناهية بين العلامة الموسيقية ونصف العلامة وربيع العلامة لتخرج تلك النغمات التي تستسلم لها أرواحنا. والصحفي الجيد مثل العازف الجيد، عليه أن يعرف أين يضع إصبعه.

المعرفة اللاواعية بالرياضيات التي تتحكم في سلوكنا. ويمكنك تخيل المعادلة الرياضية المعقدة التي تستخدمها دون أن تدرك ذلك، لالتقاط كرة بدميك في المكان والزمان الصحيحين:  $y = (v/u) x - (x^2/2u^2)$ ، هذا ما استثمرت فيه مواقع مثل نيويورك تايمز التي أطلقت Project Feel لتتنبأ بالشعور التي ستنتاب القراء لدى قراءة مادة ما، وفرضت على المعلنين الذي يريدون أن ترتبط منتجاتهم بشعور معينة أسعاراً تعادل عدة أضعاف الأسعار العادية، وProject Habit الذي أطلقته وول ستريت جورنال، واستطاعت من خلاله التعرف إلى عادات القراء وتحويلهم إلى مشتركين دائمين في الصحيفة، ومشروع Quality Read

## عن هذه النسخة

هذه نسخة PDF من مقالة نُشرت في موقع «المحرر». النص والصور كما هي في المقالة الأصلية.

---

«لا يكفي أن تكون صحفياً» — ممّا تعلّمت · بقلم رشاد عبد القادر · ١١ حزيران ٢٠٢٠  
almuharir.net · تاريخ السحب ٥ تشرين الأول ٢٠٢٦